

تأثیر راهبردهای شاكرانه بر عاطفه مثبت، شادكامی و خوش‌بینی

زینب لشنی⁽¹⁾، دکتر محمدرضا شعیری⁽²⁾، دکتر محمدعلی اصغری مقدم⁽³⁾، دکتر محمود گلزاری⁽⁴⁾

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، پاسخ‌گویی به این پرسش بود که آیا راهبردهای گوناگون شکرگزاری می‌تواند عاطفه مثبت، شادکامی و خوش‌بینی را در ایرانیانی که عاطفه مثبت پایینی دارند، فزونی بخشد؟ **روش:** در پژوهش شبه‌تجربی حاضر، با کاربرد طرح پیش‌آزمون-پس‌آزمون، ابتدا 636 آزمودنی از دانشگاه‌های شاهد، ولی‌عصر (عج) و علم و فرهنگ با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب و سپس از میان آنان بر پایه نمره برش عاطفه مثبت پایین، 96 آزمودنی برگزیده شد، که در نهایت بر پایه رضایت به شرکت در پژوهش، 62 آزمودنی باقی‌مانده به‌طور تصادفی در هفت گروه (راهبردهای شاكرانه و خنثی مربوط به سه الگوی امونس، سلگمن و کلامی - عملی و یک گروه کنترل) جایگزین شدند و دستورالعمل‌های جداگانه را در پاکت‌های مخصوص به خود دریافت کردند. داده‌ها با مقیاس عواطف مثبت و منفی (PANAS)، پرسش‌نامه شادکامی آکسفورد (OHQ) و آزمون جهت‌گیری زندگی (LOT) گردآوری شد. پس از آفت آزمودنی‌ها، داده‌های مربوط به 50 آزمودنی با روش‌های آماری کروسکال‌والیس و U من‌ویتنی تحلیل شدند. **یافته‌ها:** یافته‌ها نشان‌گر افزایش عاطفه مثبت در اثر راهبردهای شکرگزاری سلگمن و کلامی - عملی ($p=0/02$) و افزایش شادکامی ($p=0/04$) در اثر هر سه راهبرد شاكرانه امونس، سلگمن و کلامی - عملی بود. **نتیجه‌گیری:** یافته‌های پژوهش حاضر بیان‌گر تأثیر به‌کارگیری راهبردهای شکرگزاری برگسترش عاطفه مثبت و شادکامی است.

کلیدواژه: عاطفه؛ شکرگزاری؛ شادکامی؛ خوش‌بینی

[دریافت مقاله: 1389/10/15؛ پذیرش مقاله: 1390/7/24]

مقدمه

فاس⁸، (1987). شکرگزاری به‌عنوان یک هیجان، حالتی اسنادوابسته⁹ است که از یک فرآیند دومرحله‌ای شناختی حاصل می‌شود: 1- تشخیص به‌دست‌آوردن چیزی مثبت و 2- تشخیص این که دیگری، به‌عنوان یک منبع بیرونی، در به‌دست‌آوردن آن پیامد مثبت، سهم است (واینر¹⁰، 1985). در تبیین زوایای گوناگون شکرگزاری، سه الگوی روان‌شناختی رایج شده است؛ 1- نظریه انتشار - ساخت¹¹ فردریکسون¹² (2001) که شکرگزاری را به‌عنوان یک هیجان

«روان‌شناسی مثبت‌گرا»¹ اصطلاحی برای بررسی هیجان‌های مثبت، صفات شخصیتی مثبت و توانمند کردن سازمان‌یافتگی‌های روانی است (سلگمن²، استین³، پارک⁴ و پترسون⁵، 2005). قدردانی، شکرگزاری یا سپاس‌گزاری، به‌عنوان یک هیجان مثبت، حالتی پیچیده است که به‌گستره شناختی - عاطفی تعلق دارد، به‌طوری که هر دو مؤلفه شناخت و عاطفه در آن نقش برجسته‌ای دارند (کلر⁶، اورتونی⁷ و

(1) کارشناس ارشد روانشناسی بالینی، دانشگاه شاهد، تهران، ابتدای آذرماه تهران - قم، روبه‌روی حرم مطهر امام خمینی (ره). دورنگار: 021-51212404 (نویسنده مسئول).

(2) دکترای روانشناسی، استادیار دانشگاه شاهد؛ (3) دکترای روانشناسی بالینی، دانشیار دانشگاه شاهد؛ (4) دکترای روانشناسی، استادیار

دانشگاه علامه طباطبائی.

1- positive psychology
3- Steen
5- Peterson
7- Ortony
9- dependent on attribution
11- the broaden-build theory
2- Seligman
4- Park
6- Clore
8- Foss
10- Weiner
12- Fredrickson

(2006)، خوشبینی (سلیگمن و همکاران، 2005؛ فروح و همکاران، 2008)، رضایت از زندگی (ازگه گورل، 2007؛ دیگرهوف، 2007)، بهزیستی ذهنی (دیگرهوف، 2007)، بهبود کیفیت خواب (وود، جوزف، لوید و همکاران، 2009) و کاهش افسردگی (سلیگمن و همکاران، 2005) بوده است.

با وجود پژوهش‌هایی که نشان‌دهنده تأثیر مثبت مداخله‌های شکرگزاری بوده‌اند (سلیگمن و همکاران، 2005؛ دیگرهوف، 2007؛ امونس و مک‌کلاف، 2003؛ وود، جوزف، لوید و همکاران، 2009؛ فروح و همکاران، 2008)، برخی از یافته‌ها بیانگر تأثیرنداشتن مداخله‌ها بوده‌اند (امونس و مک‌کلاف، 2003)، یا با توجه به روزانه یا هفتگی بودن دستورالعمل‌ها (امونس و کرامپلر³⁹، 2000؛ امونس و مک‌کلاف، 2003)، یا بررسی گروه‌های سنی متفاوت (فروح و همکاران، 2008)، یافته‌های متفاوتی به دست داده‌اند. مک‌کلاف، تسانگ و امونس (2004) نشان دادند جنبه‌های فرهنگی، مانند مذهبی و معنوی بودن آزمودنی‌ها، میزان شکرگزاری آزمودنی‌ها را افزایش می‌دهد.

وجود فرهنگ ایرانی - اسلامی و دستورالعمل‌های دینی - عبادی روزانه در فرهنگ ایران، تأثیرگذار بودن این مداخله‌ها را در ایران با پرسش روبه‌رو می‌سازد؛ آیا این مداخله‌ها با توجه به شکل و گستردگی کنونی خود می‌توانند در آزمودنی‌های ایرانی نیز مؤثر باشد؟ شکرگزاری در جامعه ما به شکل معمول و رایج به چشم می‌خورد، اما واریسی آن در یک الگوی علمی کمتر دیده شده است. شاید بتوان گفت نوع و محتوای شکرگزاری در هر جامعه‌ای محتوای ویژه‌ای دارد، ولی به نظر می‌رسد رفتار یادشده می‌تواند مانند دیگر

مثبت بررسی می‌کند، 2- الگوی مک‌کلاف¹، کیلپاتریک²، امونس³ و لارسون⁴ (2001) که شکرگزاری را به عنوان یک هیجان اخلاقی معرفی می‌کند و 3- الگوی شناختی - اجتماعی⁵ (وود⁶، مالتبی⁷، استوارت⁸، لینلی⁹ و جوزف¹⁰، 2008). در نظریه فردریکسون (2001) تأثیر شکرگزاری بر خود فرد شکرگزار مورد تأکید است، ولی در الگوی مک‌کلاف و همکاران (2001) فرد نعمت‌دهنده مورد توجه قرار می‌گیرد. در الگوی شناختی - اجتماعی (وود، مالتبی، استوارت و همکاران، 2008) ارتباط میان حالت شکرگزاری و صفت به صورت تجربی بررسی می‌شود؛ ارزیابی هزینه صرف‌شده برای فرد نیکوکار¹¹، ارزش (نعمت) و خالصانه بودن کمک در متغیری به نام «ارزیابی سودمندی»¹² پنهان می‌شوند. ارزیابی سودمندی، میانجی رابطه میان حالت و صفت شکرگزاری است.

حوزه‌های پژوهشی سازه شکرگزاری، به سه دسته همبسته‌های شکرگزاری، مقایسه گروه‌های متفاوت و انجام مداخله‌های مربوط به راهبردهای شاکرانه تقسیم می‌شود (مک‌کلاف، امونس و تسانگ¹³، 2002). همبسته‌هایی مانند امید، معنویت، عاطفه مثبت، رضایت از زندگی، هم‌دلی، دعا، ارتباط با خدا، داشتن دوستان مذهبی، علاقه اجتماعی، مدیریت احساس و بخشش (مک‌کلاف و همکاران، 2002)، مسئولیت‌پذیری (ثرندایک¹⁴، 2007)، رضایت از زندگی (آدلر¹⁵ و فاگلی¹⁶، 2005؛ دیگرهوف¹⁷، 2007)، برون‌گرایی، توافق، باوجدان بودن و گشودگی به تجربه (نیتو¹⁸، 2007؛ وود، جوزف و مالتبی، 2008؛ وود، جوزف و مالتبی، 2009)، بهبود کیفیت خواب (وود، جوزف، لوید¹⁹ و اتکینز²⁰، 2009) و افسردگی (مک‌کلاف و همکاران، 2002؛ وود، مالتبی، گیل²¹، لینلی و جوزف، 2008) در پژوهش‌های گوناگون بررسی شده‌اند. در مورد تفاوت بین گروهی، می‌توان به مقایسه گروه‌های جنسیتی (بکر²² و سمنر²³، 1986؛ گوردن²⁴، 1982؛ ایزنمن²⁵، هولوب²⁶ و دلریمپل²⁷، 2004؛ ونتیمیلیا²⁸، 1982) و سنی (بامگرتن - ترامر²⁹، 1938) اشاره کرد. مداخله‌های آزمایشی نیز شامل بررسی تأثیر آموزش راهبردهای شاکرانه بر افزایش شادکامی (سلیگمن و همکاران، 2005؛ ازگه گورل³⁰، 2007؛ فروح³¹، سفیک³² و امونس، 2008؛ دیگرهوف، 2007)، عاطفه مثبت (مک‌کلاف و همکاران، 2002؛ ازگه گورل، 2007؛ واتکینز³³، ودوارد³⁴، ستون³⁵ و کولتس³⁶، 2003؛ شلدون³⁷ و لیومیرسکی³⁸،

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| 1- McCullough | 2- Kilpatrick |
| 3- Emmons | 4- Larson |
| 5- cognitive-social model | 6- Wood |
| 7- Maltby | 8- Stewart |
| 9- Linley | 10- Joseph |
| 11- benefactor | 12- benefit appraisal |
| 13- Tsang | 14- Thorndike |
| 15- Adler | 16- Fagley |
| 17- Dickerhoof | 18- Neto |
| 19- Lloyd | 20- Atkins |
| 21- Gillett | 22- Becker |
| 23- Smenner | 24- Gordon |
| 25- Musher-Eizenman | 26- Holub |
| 27- Dalrymple | 28- Ventimiglia |
| 29- Baumgarten-Tramer | 30- Ozge Gurel |
| 31- Froh | 32- Sefick |
| 33- Watkins | 34- Woodward |
| 35- Stone | 36- Kolts |
| 37- Sheldon | 38- Lyubomirsky |
| 39- Crumpler | |

متغیرهای روان‌شناختی، جنبه عام داشته باشد. بنابراین واریسی آن، وجه مشترک پژوهش‌های علمی در فرهنگ‌های گوناگون است، ولی نوع مداخله‌ها (امونس و کرامپلر، 2000)، محتوا و نوع تأثیرگذاری آن و جایگاه آن در رفتارهای آدمی در فرهنگ‌های گوناگون، نیازمند واریسی‌های علمی است (مک‌کلاف و همکاران، 2004). با توجه به مطالب بیان‌شده، هدف پژوهش حاضر، پاسخ‌گویی به این دو پرسش است که آیا ورود سازه شکرگزاری در مداخله‌ها، با توجه به پیشینه فرهنگی - دینی شکرگزاری در ایران، تأثیرگذار است؟ و آیا راهبردهای گوناگون شکرگزاری می‌تواند عاطفه مثبت، شادکامی و خوش‌بینی را در ایرانیانی که عاطفه مثبت پایینی دارند، فزونی بخشد؟

روش

پژوهش شبه‌تجربی¹ حاضر که با کد IRCT201010114916N1 در سایت کارآزمایی بالینی ایران ثبت شده است، به صورت یک طرح پیش‌آزمون - پس‌آزمون² با گروه کنترل انجام شد. جامعه آماری دربرگیرنده تمامی دانشجویان دختر و پسر دوره کارشناسی دانشگاه‌های شاهد، علم و فرهنگ و ولی عصر (عج) تهران بود. نمونه‌گیری در دو مرحله انجام شد: نخست 636 دانشجو (530، 98 و 83 نفر به ترتیب از دانشگاه‌های شاهد، علم و فرهنگ و ولی عصر (عج) به روش خوشه‌ای برای بررسی عاطفه مثبت انتخاب شدند. سپس آزمودنی‌های اصلی پژوهش از میان دانشجویان انتخاب‌شده در مرحله نخست، که نمره عاطفه مثبت آن‌ها از نمره معیار عاطفه مثبت ($SD=5/47$ ، $M=35/87$) پایین‌تر بود، انتخاب شدند. پس از درمیان‌گذاشتن نوع آزمایش با 96 آزمودنی انتخاب‌شده در این مرحله، 62 نفر رضایت خود را برای شرکت در پژوهش حاضر اعلام کردند. در نهایت نیز پس از اُفت آزمودنی‌ها، 50 نفر تا پایان مداخله‌ها باقی ماندند. آزمودنی‌ها به‌طور تصادفی در یکی از هفت گروه (شکرگزاری امونس، شکرگزاری سلیگمن، شکرگزاری کلامی - عملی امونس، وقایع خنثی امونس، وقایع خنثی سلیگمن، وقایع خنثی کلامی - عملی و کنترل بدون مداخله) جایگزین شدند و دستورالعمل‌های جداگانه را در پاکت‌های مخصوص به خود دریافت کردند. در راهبرد شاكرانه امونس و مک‌کلاف (2003) از آزمودنی‌ها خواسته شد هر روز پنج «داشته» (نعمت) خود را که برای آن شکرگزاری یا قدردانی کرده‌اند یا اکنون شکرگزار و قدردان

آن هستند، بنویسند. در راهبرد شاكرانه سلیگمن و همکاران (2005) از آزمودنی‌ها خواسته شد به فردی که محبت ویژه‌ای به آنها کرده، ولی هرگز نسبت به او قدردانی نشده است، نامه‌ای سپاس‌گزارانه بنویسند. در الگوی اصلی سلیگمن و همکاران (2005) از آزمودنی‌ها خواسته می‌شود نامه را برای فرد مربوط ارسال نمایند، ولی در پژوهش حاضر، بر پایه نظر دیگرهوف (2007)، نامه‌ها ارسال نشد. در راهبرد شاكرانه کلامی - عملی امونس و مک‌کلاف (2003) از آزمودنی‌ها خواسته شد افزون بر دستورالعمل امونس و مک‌کلاف (2003)،¹ که یک راهبرد نوشتاری است، با ارتباط تلفنی یا ملاقات حضوری در کلام و عمل نیز شکرگزاری خود را ابراز کنند. در راهبرد وقایع خنثی امونس و مک‌کلاف (2003) از آزمودنی‌ها خواسته شد هر روز، پنج رویداد را که برایشان رخ داده است، یادداشت کنند (واژه خنثی بدین معنی است که بر مثبت یا منفی بودن وقایع تأکید نمی‌شود، نیز دستورالعملی با محتوای شکرگزاری دریافت نمی‌شود). در راهبرد وقایع خنثی سلیگمن و همکاران (2005) مبتنی بر نظر دیگرهوف (2007)، نامه‌هایی بدون محتوای شکرگزارانه از آزمودنی‌ها درخواست شد؛ بدین صورت که از آنان خواسته شد نامه‌ای به یکی از دوستان خود (یا نزدیکان و اطرافیان) بنویسند و در آن پنج رویدادی را که رخ داده است، بیان نمایند. در این گروه نیز نامه‌ها به فرد مورد نظر ارسال نشد. راهبرد وقایع خنثی کلامی - عملی امونس و مک‌کلاف (2003) مشابه راهبرد گروه شکرگزاری کلامی - عملی، ولی خالی از محتوای شکرگزارانه بود. به‌طوری‌که تنها یک مکالمه تلفنی یا ملاقات حضوری، بدون دستورالعمل مبتنی بر شکرگزاری، با فرد مورد نظر انجام شد. در نهایت در مورد گروه هفتم، مداخله‌ای انجام نشد و آزمودنی‌های این گروه تنها در ارزیابی‌ها شرکت کردند. این گروه به‌نحوی در انتظار آموزش بودند. آزمودنی‌ها در کل 15 روز با گروه پژوهشی خود همکاری و برای دریافت پرسش‌نامه، فرم‌ها و دستورالعمل‌های آزمایش در سه جلسه شرکت کردند. در هر جلسه از یک تا پنج آزمودنی، به همراه پژوهشگر و یک همکار پژوهشی حضور داشتند. ارزیابی‌ها، آموزش و نیز پی‌گیری‌های تلفنی به‌وسیله خود پژوهشگر انجام شد.

1- pseudo-experimental
2- pretest-posttest design

دو شماره تلفن ثابت و همراه نیز برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های احتمالی، در اختیار آزمودنی‌ها قرار گرفت.

برای گردآوری داده‌ها، ابزارهای زیر به کار رفت:

مقیاس عاطفه مثبت و منفی¹ (PANAS) (واتسون²، کلارک³ و تلگن⁴، 1988): یک ابزار خودسنجی 20 گویه‌ای است و برای اندازه‌گیری دو بعد خلق، یعنی «عاطفه مثبت» (PA) و «عاطفه منفی» (NA) تنظیم شده است. هر خرده‌مقیاس 10 گویه دارد و گویه‌ها روی یک مقیاس پنج‌درجه‌ای یک (بسیار کم) تا پنج (بسیار زیاد) پاسخ داده می‌شوند. در پژوهش حاضر، 10 گویه PA و در چارچوب زمانی هفته جاری، یعنی جنبه حالت، به کار رفت. پایایی⁵ به شیوه آلفای کرونباخ⁶ و بازآزمایی⁷ برای PA (و NA) به ترتیب 0/83 (و 0/82) و 0/65 (و 0/68) گزارش شده است (مظفری، 2003). در تحلیل عاملی تأییدی⁸ نیز الگوی دو عاملی، برازنده‌ترین الگو بوده است (بخشی‌پور و دژکام، 2006).

پرسش‌نامه شادكامی آکسفورد⁹ (OHQ) (آرجیل¹⁰، مارتین¹¹ و کروسلند¹²، 1989) دارای 29 گویه چهارگزینه‌ای (صفر تا سه) است. در ایران OHQ به وسیله عابدی، میرشاه جعفری و لیاقت‌دار (2006) روی 727 دانشجوی دانشگاه‌های اصفهان هنجاریابی شده، رتبه درصدی و نمره‌های Z و T در جدول‌های هنجاری ارایه شده و میانگین و انحراف معیار به ترتیب 44/4 و 13/3 بوده است.

آزمون جهت‌گیری زندگی¹³ (LOT) (شیر¹⁴ و کاور¹⁵، 1985): هشت گویه این آزمون، انتظاراتی را که فرد درباره پیامدهای زندگی دارد، ارزیابی می‌کند. گویه‌ها به صورت چهارگزینه‌ای (بسیار موافقم، موافقم، مخالفم و بسیار مخالفم) پاسخ داده می‌شوند. پایایی به روش آلفای کرونباخ و بازآزمایی به ترتیب 0/74 و 0/87 گزارش شده است. کجاف، عریضی و خدابخشی (2006) با اجرای آزمون روی 120 آزمودنی از شهر اصفهان، رتبه‌های درصدی و نمره‌های معیار T را به عنوان هنجار ارایه کردند. نقطه برش¹⁶ بر پایه رتبه درصدی 10 و 90 گزارش شده است. روایی هم‌زمان¹⁷ LOT با افسردگی¹⁸ و خودکنترلی¹⁹ به ترتیب 0/649- و 0/725 به دست آمد. تحلیل عوامل نیز دو عامل امید به آینده و نگرش مثبت به وقایع را نشان داد (همان‌جا).

افزون بر ابزارهای بالا، پیش از شروع آموزش، میزان انگیزه آزمودنی‌ها برای شرکت در گروه‌های پژوهشی روی الگوی لیکرتی هفت‌درجه‌ای بررسی شد. هم‌چنین از آن‌جا

که افزایش پیروی می‌تواند به افزایش کارکرد فرد کمک کند (کمپ²⁰، های‌وارد²¹، اپلویت²²، اوریت²³ و دیوید²⁴، 1996)، میزان پیروی آزمودنی‌ها از دستورالعمل‌های مربوط به شکرگزاری، به وسیله یک پرسش مربوط به میزان انجام تکالیف در زمان مخصوص خود نیز بررسی شد. هم‌چنین آزمودنی‌ها رضایت‌نامه شرکت در پژوهش را تکمیل کردند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با کمک نرم‌افزار SPSS-15²⁵ و به روش آمار توصیفی، آزمون کروسکال‌والیس²⁶ (برای مقایسه متغیرها در گروه‌های چندگانه) و آزمون U من‌ویتنی²⁷ (برای مقایسه دو به دوی گروه‌ها با یکدیگر) انجام شد.

یافته‌ها

میانگین (و انحراف معیار) سنی نمونه در مرحله نخست 20/95 (و 2/07) بود. یافته‌های آزمون کروسکال‌والیس نشان‌گر تفاوت گروه‌ها (شکرگزاری، خنثی و کنترل) در متغیر عاطفه مثبت، در دو الگوی سلیگمن و کلامی - عملی (جدول 1)، نیز تفاوت گروه‌ها در متغیر شادكامی در هر سه الگوی امونس، سلیگمن و کلامی - عملی (جدول 2) بود. در متغیر خوش‌بینی، میان سه گروه شکرگزاری، خنثی و کنترل در هیچ الگویی تفاوت وجود نداشت (جدول 3).

یافته‌های آزمون U من‌ویتنی برای مقایسه‌های دوتایی میان میانگین‌های گروه‌ها نشان داد الگوی شکرگزاری امونس، شادكامی را و دو الگوی شکرگزاری سلیگمن و کلامی - عملی، شادكامی و عاطفه مثبت را در گروه شکرگزاری نسبت به گروه کنترل افزایش داده‌اند. هم‌چنین دو الگوی شکرگزاری سلیگمن و کلامی - عملی به ترتیب شادكامی و عاطفه مثبت را در گروه شکرگزاری نسبت به گروه خنثی افزایش دادند (جدول 4).

1- Positive And Negative Affect Scale

2- Watson

4- Tellegen

6- Cronbach α

8- confirmatory factor analysis

9- Oxford Happiness Questionnaire

10- Argyle

12- Crossland

14- Scheier

16- cutoff point

18- depression

20- Kemp

22- Applewhaite

24- David

25- Statistical Package for the Social Science- version 15

26- Kruskal-Wallis

3- Clark

5- reliability

7- test-retest

11- Martin

13- Life Orientation Test

15- Cover

17- simultaneous

19- self-control

21- Hayward

23- Everitt

27- Mann-Whitney U

جدول 1- میانگین و انحراف معیار عاطفه مثبت در پیش‌آزمون و پس‌آزمون گروه‌ها/ یافته‌های آزمون کروسکال‌والیس

سطح معناداری	درجه آزادی	χ^2	تفاضل نمره‌های پیش‌آزمون - پس‌آزمون	میانگین (و انحراف معیار) پس‌آزمون	میانگین (و انحراف معیار) پیش‌آزمون	
0/102	2	4/55	(-2/70) 4/34	(5/59) 30/30	(2/31) 27/60	شکرگزاری امونس
			(-0/80) 2/28	(5/21) 33/80	(3/78) 33/40	خنثی امونس
			(2/11) 4/33	(4/01) 28/18	(3/99) 30/30	کنترل
0/036	2	6/635	(-5/125) 5/33	(6/54) 33/62	(3/66) 28/50	شکرگزاری سلیگمن
			(-2/40) 2/88	(6/20) 35	(4/33) 32/60	خنثی سلیگمن
			(2/11) 4/33	(4/01) 28/18	(3/99) 30/30	کنترل
0/010	2	6/254	(-5/11) 4/02	(3/31) 33/83	(1/36) 28/66	شکرگزاری کلامی - عملی
			(0/00) 3/11	(4/64) 28/12	(3/35) 28/12	خنثی کلامی - عملی
			(2/11) 4/33	(4/01) 28/18	(3/99) 30/30	کنترل

جدول 2- میانگین و انحراف معیار شادکامی در پیش‌آزمون و پس‌آزمون گروه‌ها/ یافته‌های آزمون کروسکال‌والیس

سطح معناداری	درجه آزادی	χ^2	تفاضل نمرات پیش‌آزمون - پس‌آزمون	میانگین (و انحراف معیار) پس‌آزمون	میانگین (و انحراف معیار) پیش‌آزمون	
0/006	2	10/154	(-4/95) 6/21	(14/47) 35/85	(11/67) 30/90	شکرگزاری امونس
			(-1/00) 3/16	(10/32) 40/20	(11/48) 40/40	خنثی امونس
			(3/43) 3/43	(8/38) 30/81	(7/75) 34/25	کنترل
0/002	2	12/523	(-12/56) 10/40	(10/72) 40/87	(8/80) 28/30	شکرگزاری سلیگمن
			(-1/00) 6/78	(7/07) 38/00	(7/32) 38/80	خنثی سلیگمن
			(3/43) 3/43	(8/38) 30/81	(7/75) 34/25	کنترل
0/047	2	6/104	(-3/83) 4/30	(8/70) 47/83	(9/20) 44/00	شکرگزاری کلامی - عملی
			(2/40) 7/75	(13/49) 31/62	(15/19) 34/02	خنثی کلامی - عملی
			(3/43) 3/43	(8/38) 30/81	(7/75) 34/25	کنترل

جدول 3- میانگین و انحراف معیار خوش‌بینی در پیش‌آزمون و پس‌آزمون / یافته‌های آزمون کروسکال‌والیس

میانگین (و انحراف معیار) پیش‌آزمون	میانگین (و انحراف معیار) پس‌آزمون	تفاضل نمرات پیش‌آزمون - پس‌آزمون	χ^2	درجه آزادی	سطح معناداری
شکرگزاری امونس	21/80 (2/48)	22/82 (2/43)	1/69 (0/02)		
خنثی امونس	21/40 (4/39)	21/07 (2/36)	2/28 (0/80)	2	0/838
کنترل	20/06 (3/84)	20/51 (2/88)	2/38 (0/44)		
شکرگزاری سلیگمن	21/94 (4/17)	21/78 (4/16)	1/83 (0/16)		
خنثی سلیگمن	22/30 (1/56)	24/20 (2/28)	1/94 (0/09)	2	0/474
کنترل	20/06 (3/84)	20/51 (2/88)	2/38 (0/44)		
شکرگزاری کلامی - عملی	22/50 (2/58)	23/83 (2/31)	3/38 (0/16)		
خنثی کلامی - عملی	22/81 (3/11)	23/12 (2/79)	2/19 (0/30)	2	0/846
کنترل	20/06 (3/84)	20/51 (2/88)	2/38 (0/44)		

جدول 4- یافته‌های آزمون یومن‌ویتنی برای مقایسه‌های دوتایی گروه‌ها

راهبرد	متغیر	Z	سطح معناداری	شکرگزاری - کنترل	Z	سطح معناداری	شکرگزاری - خنثی	Z	سطح معناداری	خنثی - کنترل
شکرگزاری امونس	شادكامی	-2/848	0/004	-1/784	0/074	-1/845	0/065			
شکرگزاری سلیگمن	عاطفه مثبت	-3/312	0/021	-1/032	0/302	-1/759	0/079			
	شادكامی	-3/366	0/001	-2/058	0/040	-1/328	0/184			
شکرگزاری کلامی - عملی	عاطفه مثبت	-2/588	0/010	-2/554	0/011	-1/108	0/268			
	شادكامی	-2/534	0/011	-1/684	0/092	-0/423	0/673			

هم‌سو با یافته پژوهش حاضر نشان‌گر تأثیر شکرگزاری بر افزایش عاطفه مثبت و شادكامی است؛ مداخله‌های آزمایشی مرتبط با سازه شکرگزاری، افزایش شادكامی (سلیگمن و همکاران، 2005؛ ازگه‌گورل، 2007؛ فروح و همکاران، 2008؛ دیکرهوف، 2007)، عاطفه مثبت (مک‌کلاف و همکاران، 2002؛ ازگه‌گورل، 2007؛ واتکینز و همکاران، 2003؛ شلدون و لیومیرسکی، 2006) و خوش‌بینی (سلیگمن و همکاران، 2005؛ فروح و همکاران، 2008) را نشان داده‌اند. هم‌چنین رابطه شکرگزاری با افسردگی، منفی (مک‌کلاف و همکاران، 2002؛ وود، مالتبی، گیل و همکاران، 2008) و با عاطفه مثبت، رضایت از زندگی و امیدواری، مثبت گزارش شده است (مک‌کلاف و همکاران، 2002).

در بعد نظری و با توجه به تعریف شکرگزاری، مبنی بر این‌که فرد دیگری در به‌وجودآمدن پیامد خوشایند دخیل بوده است (واینر، 1985)، می‌توان گفت که هنگام قدرشناسی، آمایه ذهنی ما در حال انتشار این فکر است که

یافته‌های تکمیلی پژوهش حاضر نشان داد χ^2 به‌دست‌آمده از مقایسه الگوهای امونس، سلیگمن و کلامی - عملی بر پایه تفاضل نمره‌های پیش‌آزمون گروه‌های شکرگزاری، خنثی و کنترل در متغیرهای عاطفه مثبت، شادكامی و خوش‌بینی در مقایسه‌های دوتایی معنادار نبود. البته تفاضل به‌دست‌آمده در پیش‌آزمون متغیر عاطفه مثبت که ناشی از مقایسه سه گروه شکرگزاری، وقایع خنثی و کنترل الگوی امونس بود، معنادار بود ($P=0/014$). هم‌چنین χ^2 به‌دست‌آمده از مقایسه هفت گروه بر پایه نمره‌های پیش‌آزمون در متغیر انگیزه و هم‌چنین میزان پیروی، نیز فراوانی جنسیت آزمودنی‌ها در گروه‌های هفت‌گانه معنادار نبود.

بحث

یافته‌های پژوهش حاضر بیان‌گر تأثیر به‌کارگیری راهبردهای شکرگزاری بر گسترش عاطفه مثبت و شادكامی در آزمودنی‌های ایرانی بود. از نظر پیشینه پژوهشی، یافته‌های

استمرار بیشتری را در مداخله‌های مستلزم افزایش شکرگزاری طلب می‌کند.

در پژوهش حاضر، مداخله‌ها نتوانستند در نمره خوش‌بینی افزایشی ایجاد نمایند. این یافته ناهم‌سو با یافته‌های دیگر پژوهش‌هاست (امونس و کرامپلر، 2000؛ مک‌کلاف و همکاران، 2004؛ فروح و همکاران، 2008). ممکن است چرایی این موضوع به ویژگی‌های فرهنگی - دینی آزمودنی‌های ایرانی مربوط باشد. این مسأله می‌تواند در سازه‌ای چون خوش‌بینی، به دلیل ماهیت آن نقش جدی‌تری ایفا کند؛ مبنای خوش‌بینی عبارت است از شیوه تفکر افراد درباره علت وقایع، و تغییر آن مستلزم تغییر سبک تبیینی شخص، در ابعاد تداوم، فراگیری و شخصی‌سازی است (سلیگمن و همکاران، 2005). بنابراین این سازه از این نظر با عاطفه و شادکامی تفاوت دارد.

از آنجا که آزمودنی‌های پژوهش حاضر را دانشجویان دانشگاه تشکیل می‌دادند و برخی از آنها در محل‌های سکونت دانشجویی به‌صورت گروهی زندگی می‌کردند، مجاورت مکانی و ارتباط‌های اجتماعی آنها می‌تواند موجب آگاه‌شدن آن‌ها از تکالیف مربوط به یکدیگر باشد، که باید در پژوهش‌های آتی مدنظر قرار گیرد.

سپاسگزاری

بدین‌وسیله از تمامی دانشجویان عزیز شرکت‌کننده در پژوهش صمیمانه قدردانی می‌شود.
[بنا به اظهار نویسنده مسئول مقاله، حمایت مالی از پژوهش و تعارض منافع وجود نداشته است].

منابع

- Abedi, M. R., Mirshah Jafari, E., & Liaghatdar, M. J. (2006). Standardization of the Oxford happiness inventory in students of Esfahan University. *Iranian Journal of Psychiatry and Clinical Psychology*, 12 (2), 95-100. (Persian)
- Adler, M. G. & Fagley, N. S. (2005). Appreciation: Individual differences in finding value and meaning as a unique predictor of subjective well-being. *Journal of Personality*, 73, 79-114.
- Argyle, M., Martin, M. R. & Crossland, J. (1989). Happiness as a function of personality and social encounters. In: J. P. Forgas & R. J. M. Innes (Eds.).

دیگران در رفاه ما سهیم هستند و این باعث امیدداشتن به دنیای خیرخواهانه می‌شود (فردریکسون، 2001). ارزیابی سودمندی عنوان‌شده به‌وسیله وود، مالتبی، استوارت و همکاران (2008) نیز به‌احتمال، اثرات مثبتی مانند حمایت اجتماعی بیشتر و افسردگی و استرس کمتر را در پی دارد. بدین‌ترتیب مداخله‌های مربوط به شکرگزاری، نخست به ایجاد هشیاری یا آگاهی نسبت به داشته‌ها می‌انجامد - اموری که شاید همواره در کنار انسان هستند، ولی به آنها به دیده اموری بسیار عادی نگریسته می‌شود و نقش و جایگاه آنها جدی گرفته نمی‌شود - و در پی چنین آگاهی و توجهی، به منع این امر نیز دقت می‌شود. بنابراین با وجود کوتاه‌بودن مداخله‌ها از نظر زمانی، نوعی سوگیری مثبت به‌وجود می‌آید. مقایسه‌های دوتایی میان گروه‌ها نشان داد اگرچه راهبردهای شاکرانه موجب افزایش عاطفه مثبت و شادکامی بوده‌اند، راهبرد شاکرانه امونس تنها شادکامی را افزایش داده است. به‌نظر می‌رسد راهبرد شاکرانه امونس نسبت به سایر راهبردهای سه‌گانه، عواطف و هیجان‌های کمتری را درگیر می‌سازد، زیرا نوشتن نامه و برقراری ارتباط را در دستورالعمل‌های خود ندارد، بنابراین می‌توان گفت راهبرد شاکرانه امونس سطوح محدودتری از دستکاری آزمایشی را ایجاد می‌کند. با این وجود ممکن است تفاوت در پیش‌آزمون گروه‌ها در عاطفه مثبت گروه شکرگزاری امونس موجب چنین پیامدی باشد.

نکته دیگر نبود تفاوت میان برخی از گروه‌های شکرگزاری با گروه‌های وقایع خنثی بود. این یافته در بررسی امونس (2003) نیز وجود داشت. در تبیین این یافته می‌توان به این موارد اشاره کرد: نخست این‌که اگرچه این مداخله‌ها خالی از محتوای شکرگزاری هستند، می‌توانند تأثیرات مثبت ارتباطی یا فردی، البته نه به اندازه شکرگزاری ایجاد نمایند، به‌طوری‌که نوشتن وقایع و اتفاق‌های روزانه یا نوشتن روزی یک نامه و توضیح وقایع روز برای یکی از دوستان، دست‌کم می‌تواند تأثیری نزدیک به برون‌ریزی عاطفی - هیجانی داشته باشد. نکته دوم، مربوط به طول دوره مداخله‌هاست. امونس و مک‌کلاف (2003) نیز هنگامی که مداخله خود را با دستورالعمل هفته‌ای یک‌بار انجام دادند، عاطفه مثبت افزایش نیافت، ولی هنگامی که مداخله شکرگزاری تا 21 روز ادامه یافت، یافته‌ها به‌شکل معنادار تغییر کرد. نکته سوم ویژگی‌های فرهنگی - دینی آزمودنی‌های ایرانی است، که گستردگی و

Recent advances in social psychology: An international perspective. North Holland: Elsevier.

- Bakhshi pur, A., & Dejhkam, M. (2006). Confirmatory factor analysis of positive and negative scale. *Journal of Psychology*, 9(4), 351-365. (Persian)
- Baumgarten-Tramer, F. (1938). Gratefulness in children and young people. *Journal of Genetic Psychology*, 53, 53-66.
- Becker, J. A. & Smenner, P. C. (1986). The spontaneous use of thank you by preschoolers as a function of sex, socioeconomic status, and listener status. *Language in Society*, 15, 537-546.
- Clore, G. L., Ortony, A. & Foss, M. A. (1987). The psychological foundations of the affective lexicon. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 751-766.
- Dickerhoof, R. M. (2007). *Expressing optimism and gratitude: A longitudinal investigation of cognitive strategies to increase well-being*. Ph.D. thesis, psychology, University of California Riverside, USA.
- Emmons, R. A., & McCullough, M. (2003). Counting blessings versus burdens: An experimental investigation of gratitude and subjective well-being in daily life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, (2), 377-389.
- Emmons, R. A., & Crumpler, C. A. (2000). Gratitude as a human strength: Appraising the evidence. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19, 56-69.
- Fredrickson, B. L. (2001). The role of positive emotions in positive psychology: The broaden-and-build theory of positive emotions. *American Psychologist*, 56, 218-226.
- Froh, J., Sefick, W. L. & Emmons, R. A. (2008). Counting blessings in early adolescents: An experimental study of gratitude and subjective well-being. *Journal of School Psychology*, 46, 213-233.
- Gordon, A. K., Musher-Eizenman, D. R., Holub, S. C. & Dalrymple, J. (2004). What are children thankful for? An archival analysis of attitude before and after the attacks of September 11. *Applied Developmental Psychology*, 25, 541-553.
- Kajbaf, M. B., Oreizy, H. R., & Khodabakhshi, M. (2006). Standardization, validity and reliability of optimism

scale, and investigation of optimism, self-control and depression in Tehran. *Journal of Psychological Studies*, 1&2(6), 51-68. (Persian)

- Kemp, R., Hayward, P., Applewhaite, G., Everitt, B. & David, A. (1996). *Compliance therapy in psychotic patients: Randomized controlled trial*. London: Department of Psychological Medicine, King's College Hospital.
- McCullough, M. E., Emmons, R. A. & Tsang, J. (2002). The grateful disposition: A conceptual and empirical topography. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(1), 112-127.
- McCullough, M. E., Kilpatrick, S. D., Emmons, R. A. & Larson, D. B. (2001). Is gratitude a moral affect? *Psychological Bulletin*, 127, 249-266.
- McCullough, M. E., Tsang, J. & Emmons, R. A. (2004). Gratitude in intermediate affective terrain: Links of grateful moods to individual differences and daily emotional experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, (2), 295-309.
- Mozafari, S. (2003). *Investigation of relation between subjective happiness based on five factors theory in students of Shiraz University*. MA thesis, clinical psychology, Shiraz University, Shiraz, Iran. (Persian)
- Neto, F. (2007). Forgiveness, personality and gratitude. *Journal of Personality and Individual Differences*, 43, 2313-2323.
- Ozge Gurel, K. (2007). *Effects of Gratitude on subjective well-being, self- construal and memory*. Ph.D. thesis, psychology, college of arts and sciences of American University, Washington, DC., USA.
- Scheier, M. F., & Cover, C. S. (1985). Optimism, coping and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4, 219-247.
- Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N. & Peterson, C. (2005). Positive psychology progress, empirical validation of interventions. *The American Psychological Association*, 60(5), 410-421.
- Sheldon, K. M. & Lyubomirsky, S. (2006). How to increase and sustain positive emotion? The effects of expressing gratitude and visualizing best possible selves. *The Journal of Positive Psychology*, 1(2), 73-82.
- Thorndike, J. M. (2007). *Gratitude and human flourishing: Examining the Benefit of gratitude on effective coping,*

- resilience and well-being*. Ph.D. thesis, psychology, Faculty of the Graduate School of Psychology Fuller Theological Seminary, USA.
- Ventimiglia, J. C. (1982). Sex roles and chivalry: Some conditions of gratitude to altruism. *Sex Roles*, 8, 1107-1122.
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., Kolts, R. L. (2003). Gratitude and happiness: Development of a measure of gratitude and relationships with subjective well-being. *Social Behavior and Personality*, 31, 431-452.
- Watson, C. L. A., Clark, L. A. & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 1063-1070.
- Weiner, B. (1985). An attribution theory of achievement motivation and emotion. *Psychological Review*, 92, 548-573.
- Wood, A. M., Joseph, S. & Maltby, J. (2009). Gratitude predicts psychological well-being above the big five facets. *Personality and Individual Differences*, 46, 443-447.
- Wood, A. M., Joseph, S., Lloyd, J. & Atkins, S. (2009). Gratitude influences sleep through the mechanism of pre-sleep cognitions. *Journal of Psychosomatic Research*, 66, 43-48.
- Wood, A. M., Maltby, J., Gillett, R., Linley, P. A. & Joseph, S. (2008). The role of gratitude in the development of social support, stress, and depression: Two longitudinal studies. *Journal of Research in Personality*, 42, 845-871.
- Wood, A. M., Maltby, J., Stewart, N., Linley, P. A. & Joseph, S. (2008). A social model of trait and state levels of gratitude. *Emotion*, 8(2), 281-290.
- Wood, A. M., Joseph, S. & Maltby, J. (2008). Gratitude uniquely predicts satisfaction with life: Incremental validity above the domains and facets of the five-factor model. *Personality and Individual Differences*, 45, 49-54.

Original Article

Effect of Gratitude Strategies on Positive Affectivity,
Happiness and Optimism

Abstract

Objectives: The aim of this study was to find out if gratitude can increase positive affectivity, happiness and optimism in Iranians with low positive affectivity. **Method:** In this quasi-experimental study, 636 students of three Iranian Universities (Shahed, Vliasr, and University of Sience and Culture) were chosen using pretest-posttest method. Then 96 low positive affect subjects were chosen. Finally, 62 subjects completed satisfaction form and were assigned randomly into seven groups (Gratitude and Neutral Strategies based on the Emmons, Seligman and Verbal-Action patterns, and a Control group), and received separate instructions in specific envelopes. The data required were collected Positive And Negative Affect Scale (PANAS), Oxford Happiness Questionnaire (OHQ), and Life Orientation Test (LOT). Then the data of 50 participants were analyzed with Kruskal-Wallis and Mann-Whitney U statistical methods. **Results:** The results showed significant increase in positive affects by Seligman and V-A strategies ($p=0.20$), and increase in happiness by Emmons, Seligman and V-A strategies ($p=0.04$). **Conclusion:** The results confirmed the effect of the above three training strategies on the expansion of positive affectivity and happiness.

Key words: *affectivity; gratitude; happiness; optimism*

[Received: 5 January 2011; Accepted: 16 October 2011]

Zeynab Lashani*, **Mohammad Reza Shaeiri^a**, **Mohammad Ali Asghari-Moghadam^a**, **Mahmoud Golzari^b**

* Corresponding author: Shahed University, Tehran, Iran, IR.

Fax: +9821-51212404

E-mail: Lashani@shahed.ac.ir

^a Shahed University, Tehran, Iran; ^b Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran.